

Горбенко Н.В.,
аспірантка кафедри філософії
Київського університету імені Бориса Грінченка

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК ІНСТИТУЦІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Однією з нагальних потреб сьогодення постає відновлення культурного капіталу в Україні, забезпечення подальшого розвитку людського капіталу в умовах світових викликів. Провідна роль, на нашу думку, у розв'язанні окреслених проблем належить, перш за все, університетській системі освіти і науки.

Проте сучасний університет в умовах генезису інформаційного суспільства та соціокультурних трансформацій потребує нової системи ціннісно-нормативних уявлень, що забезпечать його існування і зможуть виступити регулятивами суспільного життя, самореалізації особистості. Саме такою новою системою цінностей, на нашу думку, має стати корпоративна культура, щоб сприяти реалізації інтелектуального капіталу і творчого потенціалу особистості.

Серед українських вчених, які почали досліджувати особливості організаційної культури у закладах освіти, можна назвати Л. Карамушку, Ж. Серкіса, Т. Ткач, О. Філь; зокрема тему особливості організаційної культури вищого навчального закладу як важливої складової іміджу сучасного університету розвивали Л. Захарова, Т. Кирилова.

Утім недостатньо дослідженою у вітчизняній науковій літературі проблематика корпоративної культури як чинника інституційного становлення та розвитку сучасного університету.

Серед усього кола проблем, що розв'язуються вищезгаданими дослідниками в галузі корпоративної культури, виокремлюються ті, що стосуються корпоративної культури сучасного університету. Дослідники звертають увагу на певні чинники, які впливають на формування корпоративної культури університету: суб'єктивні (соціально-демографічні характеристики професорсько-викладацького складу, їхній професійний досвід, особистісну систему цінностей

і систему трудової мотивації), та об'єктивні (специфіка університету, історія його становлення і розвитку, тип керівництва).

Основні завдання дослідження вітчизняної корпоративної культури університету, які можна розділити на дві умовні групи:

1) внутрішні проблеми: локальні – особистість керівника, неадекватно визначені місія, цілі й завдання організації, кваліфікація, освіта, загальний рівень педагогів; глобальні – формування та легітимізація університетської корпорації зі створенням її нормативної (формальної) бази: кодекс, правила, зразки поведінки, умови співіснування, а також створення системи відносин, які б захищали права автора (запобігання запозиченням без посилання на автора) та запобігання фальсифікації фактів;

2) зовнішні проблеми: локальні – національні особливості, традиції, економічні реалії, панівна культура у навколишньому середовищі; глобальні – коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища (докладно розглянемо нижче).

Стосовно розв'язання внутрішніх проблем, можна зазначити, що формування і побудова освітнього простору університету, як будь-якої системної та ієрархічної організації, відбувається за звичайною схемою, коли система містить складові (підсистеми), де співробітники та студенти групуються відповідно до структури організації з їхньою основною функцією. На рівні кожного конкретного університету основна організаційна культура трансформується в субкультуру під впливом суб'єктивних і внутрішньоорганізаційних чинників, яким притаманні несформульовані цінності, неформальні норми.

Все це визначає відмінність в нормах, цінностях і зразках поведінки як між субкультурами різних університетів, факультетів і кафедр всередині одного університету, так і між субкультурами окремого університету і основною організаційною культурою інституту вищої професійної освіти.

Отже, завдання полягає в тому, аби формалізувати та легітимізувати ці норми і змусити співіснувати всі групи за єдиними правилами (створюються Кодекси корпоративної етики, Правила внутрішнього розпорядку, Колективні договори

тощо). Наприклад, сьогодні наочний потужний процес формування кодексів корпоративної етики, який притаманний багатьом університетам Російської Федерації: Московському державному університету імені М. В. Ломоносова, Південному федеральному університету, Казахському національному університету ім. аль-Фарабі, Північному державному медичному університету, Владимирському університету [Див.: 4] тощо.

У таких документах формуються єдині для всієї організації моральні цінності і моральні вимоги для запобігання можливої шкоди від аморальних дій її членів. Ці документи мають відбивати механізми запровадження як всередині університетського співтовариства, між усіма його учасниками, розробляється система санкцій.

Також необхідно відзначити, що організаційна культура українських сучасних університетів більшою мірою орієнтована на взаємодію із зовнішнім законодавством, ніж на внутрішню нормотворчість. Це тривалий процес, який часто зустрічає опір з боку носіїв організаційної культури – викладачів, більша частина яких дотримується цінностей організаційної культури минулого; а також з боку студентів, яким притаманний анархізм (йдеться не про нездатність організовуватись в «бунтівні» спільноти, а саме про самоорганізацію і самодисципліну). Як один із закономірних результатів цього – масова проблема сучасного наукового співтовариства – проблема запозичень без посилань на автора (плагіат), замовлених робіт та фальсифікації даних. Плагіат в епоху доступу інформації online стає буденною справою, починаючи від шкільних рефератів і закінчуючи захистом дисертацій.

Зрозуміло, що «чистота» дослідження, методів наукового дослідження, довіра до автора – запорука розвитку науки та набуття нового знання. Для запобігання плагіату, замовленим роботам та фальсифікаціям наукових даних потрібно сформувати культуру і норми як на моральному, так і законодавчому рівнях. Наприклад, у світі широко використовуються наукометричні бази (WOS, SCOPUS, Ulrich's Periodicals Directory, РИНЦ тощо), як інструменти для оцінки вчених чи наукових організацій на підставі цитування. Для запобігання поширення запозичень без посилань на автора також вводяться програми

на перевірку і вміст плагиату (Advego Plagiat, Антиплагиат, ПЛАГИАТ.net, Детектор плагиата тощо).

Отже, відносити вище проаналізовану проблему до «внутрішньої» при побудові корпоративної культури сучасного університету, було б не зовсім коректно; вона стає більш глобальною і виходить за межі конкретної установи. До таких – зовнішніх – відноситься і таке коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища:

- 1) проблема «гуманітарних факультетів»,
- 2) проблема комерціалізації освіти (ринкових відносин) і «кадрового голоду»,
- 3) проблема хибного розуміння «елітарності» окремих спеціальностей або університетів.

Університет є організацією, якій притаманні всі якісні характеристики універсальної організації, коли і персонал, і його студенти виступають як носії корпоративної культури даного закладу. Цей принцип виражається також в подвійності ролі організаційної культури всередині університету, тобто у знаннях та поведінкових нормах студента, який одночасно є і продуктом діяльності вищого навчального закладу, і носієм його організаційної культури. Потрібно зауважувати, що невтручання до процесу формування організаційної культури у студентів може негативно вплинути на роботу всього вищого навчального закладу, імідж його випускників, їхню подальшу професійну успішність.

Таким чином, відбувається дещо, що не має нічого спільного з «навчанням, освітою, вихованням і розвитком», як це розумілося в попередні часи, а в першу чергу – адаптація до нових умов соціалізації та нових умов ринку. Отже, корпоративна культура як чинник освітнього середовища може розглядатися як умова можливості існування, функціонування і професійно-особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу.

Саме опанування співробітниками і студентами корпоративної культури означає здатність діяти на свій розсуд, спираючись на усталені цінності та норми, спрямовувати свої зусилля на створення атмосфери формування сильної організаційної культури з інноваційним змістом. Крім того, «важливим елементом

організаційної культури вищого навчального закладу є цінності наукової діяльності, і одним із способів підвищення лояльності студентів до організаційної культури свого закладу представляється включення їх у науково-дослідну діяльність» [3, С. 245-246].

Таким чином, основними ознаками корпоративної культури університету є досвід, особливе середовище спілкування і взаємодії людей в єдиному творчому і мотиваційному полі: всі працюють самостійно і в той же час разом. В ідеалі, спільна справа усвідомлюється як власна. Іншими словами, змістом формування організаційної культури виступає діяльність.

Ми вважаємо, що хоч процес актуалізації підприємницьких цінностей серед вищих навчальних закладів і нестримний, й вони мусять йти шляхом розвитку підприємницьких організацій, все ж таки класичні університети продовжують залишатися носіями і трансляторами цінностей вищої освіти.

Література

1. Беляева М.И. Корпоративная культура вуза как ресурс организационного развития. // Alma mater: Вестник высшей школы / М.И.Беляева – М.: Научный мир, 2011. – № 4. – С.45-48.
2. Давыдов В.Н. Корпоративная культура как способ социального взаимодействия и воспитания в вузе. // Образование и наука. / В.Н.Давыдова – Екатеринбург: ФГАОУ ВПО, 2008. – № 1 (49) 17. – С. 19-45
3. Мітічкіна О.О. Соціально-психологічні особливості організаційної культури закладу вищої освіти // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – № 1(30) 2013. / О.О.Мітічкіна – С. 243-249
4. Деякі Кодекси корпоративної етики університетів Російської Федерації. – [Електронні ресурси]. Режим доступу: МДУ ім. М.В.Ломоносова: <http://www.phys.msu.ru/rus/education/students/documents/MSU-ethical-code.pdf>; ЮФУ: [http://sfedu.ru/www/sfedu\\$news\\$.show_full?p_nws_id=36446](http://sfedu.ru/www/sfedu$news$.show_full?p_nws_id=36446); КазНУ ім. аль-Фарабі: <http://www.kaznu.kz/ru/12205>; Північний держ. мед. університет: http://www.nsmu.ru/general/docs/korp_ietika.pdf; Владимирський університет http://www.vlsu.ru/fileadmin/news/2012/public/Obshchaja/kodeks_eshiki.pdf.